

Jurnal **Logos Spectrum**

ISSN 1907-316X

Volume 10, No 3, Juli - September 2015

Promosi Produk Asuransi Dalam Meningkatkan Pemegang Polis
Pada PT Sun Life Cabang Manado
Anita Runtuwene

Dominasi Dan Resistensi Dalam Arena Industri Keramik
Antonius Purwanto

Proyek Operasi Nasional Agraria (Prona) Dan Pembangunan Kota Manado
Lisbeth Lesawengen

Kajian Kinerja Pegawai Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)
Kota Tomohon.
Heidy Fransiska

Pengaruh Beban Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Keinginan Keluar Karyawan
(Studi Pada Karyawan PT. Telkom Manado)
Wehelmina Rumawas

Arsitektur Gereja Di Minahasa (Studi tinjauan retrospektif wawancara, observasi,
dan konteks pemaknaannya).
Benny Ferdy Malonda

Analisis Faktor Penentu Kinerja Pegawai Negeri Sipil
(Suatu Studi Pada Kantor Dinas Pendapatan Kota Manado)
Jones Tompodung

Analisis Gaya Kepemimpinan Transaksional Dan Gaya
Kepemimpinan Terhadap Kinerja Aparatur Pemerintah Pada
Kecamatan Tondano Barat Kabupaten Minahasa
Novva Novita Plangiten

Hubungan Antara Motivasi Kerja, Budaya Organisasi, Disiplin Kerja Dengan
Kinerja Pegawai Pada Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian
Dan Pengembangan Daerah Kabupaten Minahasa.
Debby Mangaro

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Penerbangan
PT. Lion Mentari Airlines Di Bandara Sam Ratulangi Manado
Olivia Fransiske Christine Walangitan



**UNIVERSITAS SAM RATULANGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN SOSIOLOGI**

Jurnal	Vol	No	Hal	Manado	ISSN
Logos Spetrum	10	3	217- 319	Juli - September 2015	1907-316X

ISSN 1907-316X

JURNAL LOGOS SPECTRUM

Volume 10, No 3, Juli - September 2015

KOMPOSISI PERSONALIA JURNAL LOGOS SPECTRUM

Pelindung

Dekan Fisip Unsrat
Philep M. Regar

Penanggung Jawab

Ketua Jurusan Sosiologi
Nicolaas Kandowangko

Pemimpin Umum/Redaksi

Anthonius Purwanto

Redaktur Pelaksana

Hendrik W. Pongoh

Dewan Redaksi

Benedicta J. Moku
Hendrik W. Pongoh
I Nengah Punia
Fonny J. Waani
Eveline J.R. Kawung
Shirley Y.V.I. Goni

Mitra Bebestari

Basri Amin
(Univ. Gorontalo)
Yustinus Slamet Antono
(STFT. St.Yohanes. Pematang Siantar)

Editor Eksekutif

John Dewey Zakarias

Administrasi Keuangan

Evie A.A. Suwu

**Diterbitkan Oleh : Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat
Manado, bekerja sama dengan penerbit Media Pustaka Manado**

JURNAL LOGOS SPECTRUM

VOLUME 10, NO 3, JULI - SEPTEMBER 2015

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR -- ii

DAFTAR ISI -- i

Promosi Produk Asuransi Dalam Meningkatkan Pemegang Polis Pada PT Sun Life Cabang Manado – 209 - 221
Anita Runtuwene

Dominasi Dan Resistensi Dalam Arena Industri Keramik – 222 --233
Antonius Purwanto

Proyek Operasi Nasional Agraria (Prona) Dan Pembangunan Kota Manado – 234 - 249
Lisbeth Lesawengen

Kajian Kinerja Pegawai Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Tomohon – 250 - 258
Heidy Fransiska

Pengaruh Beban Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Keinginan Keluar Karyawan (Studi Pada Karyawan Pt. Telkom Manado) – 259 - 264
Wehelmina Rumawas

Arsitektur Gereja Di Minahasa (Studi tinjauan retrospektif wawancara, observasi, dan konteks pemaknaannya). -- 265 - 278
Benny Ferdy Malonda

Analisis Faktor Penentu Kinerja Pegawai Negeri Sipil (Suatu tudy Pada Kantor Dinas Pendapatan Kota Manado) – 279 - 288
Jones Tompodung

Analisis Gaya Kepemimpinan Transaksional Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Aparatur Pemerintah Pada Kecamatan Tondano Barat Kabupaten Minahasa – 289 - 300
Novva Novita Plangiten

Hubungan Antara Motivasi Kerja, Budaya Organisasi, Disiplin Kerja Dengan Kinerja Pegawai Pada Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian Dan Pengembangan Daerah Kabupaten Minahasa – 301 - 307
Debby Mangaro

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Penerbangan PT. Lion Mentari Airlines Di Bandara Sam Ratulangi Manado – 308 - 313
Olivia Fransiske Christine Walangitan

Jurnal				Manado	ISSN
	Vol 10	No 3	Hal 209-313		
Logos Spetrum				Juli - September 2015	1907-316X

Dominasi dan Resistensi dalam Arena Industri Keramik

Oleh:

Antonius Purwanto

Dosen Pada Program Studi Sosiologi Fispol Unsrat

antoniuspurwanto65@yahoo.com

Abstract

Development of ceramic industrial cluster in Kasongan caused differentiation and stratification among entrepreneurs. Some entrepreneurs occupy high position on the stratification. Many entrepreneurs who struggle to attain top position. Therefore, competition among entrepreneurs emerge. This work is to describes practice of domination and resistance among entrepreneurs ceramic in Kasongan. This work is based on research using qualitative research methods undertaken in ceramic industrial cluster of Kasongan.

In the research, author do observation to production process and interview 49 informans. The result show that entrepreneurs who occupy top position defend their domination by producing new design continuously to fulfil demand of consumers with taste that change continuously. They also forbide other entrepreneurs to imitate the new design they make. However, their effort to forbide imitation failed because it is difficult for design makers to control the imitation and to punish the imitators. Resistance to domination are undertaken by entrepreneurs with low position by imitate new design produced by entrepreneurs of high position. Beside that they also seek new markets to sell their products.

Keywords : Domination, resistance, design imitation, entrepreneurs

1. Pendahuluan

Klaster industri kerajinan keramik Kasongan, Bantul, Yogyakarta adalah produsen seni kerajinan keramik yang sudah cukup dikenal di D.I. Yogyakarta. Produk seni keramik asal Kasongan sebagian besar diekspor luar negeri seperti Eropa, Asia Timur dan Tenggara, Arab, Australia dan Amerika Selatan. Perkembangan teknik produksi dan desain berjalan dalam klaster cukup cepat oleh karena mudahnya terjadi inovasi dan penyebarannya ke seluruh pengusaha atau pengrajin yang ada di wilayah klaster. Persaingan di antara pengusaha kerajinan keramik cukup keras. Pada awalnya para pengusaha yang menonjol adalah para pengusaha yang pertama-tama mendapat pelatihan dari para seniman dan punya rumah yang berada di tepi jalan raya. Para pengusaha ini kemudian mampu untuk memenuhi kebutuhan permintaan pasar di luar negeri dengan mendapat keuntungan yang cukup besar oleh karena jumlah pengusahanya masih sedikit. Hal ini terjadi pada tahun 1970-an hingga akhir

tahun 1980-an. Mulai tahun akhir tahun 1990-an mulai muncul pengusaha-pengusaha muda dengan pendidikan di bidang seni. Munculnya pengusaha-pengusaha baru ini membuat perkembangan yang pesat dalam hal desain dan teknik produksinya. Desain-desain dan teknik produksi yang baru membuat terjadinya suatu proses diferensiasi dan stratifikasi di antara para pengusaha. Diferensiasi di antara para pengusaha memunculkan beberapa jenis pengusaha, yaitu pengusaha bahan baku (BB), pengusaha keramik terakota (KTK), pengusaha keramik *finishing* dan juga *showroom* (KFS), dan pengusaha keramik terakota, *finishing* dan *showroom* (KTFS). Dalam hal stratifikasi pengusaha, secara umum pengusaha KTFS menduduki posisi tertinggi pada stratifikasi pengusaha. Para pengusaha KTFS yang jumlahnya sedikit sekali ini banyak mendominasi dinamika perkembangan klaster industri.

Persaingan di antara para pengusaha telah memunculkan praktek dominasi dan resistensi. Resistensi muncul di antara

para pengusaha yang posisinya rendah. Praktek dominasi dan resistensi tersebut bagaimanapun juga mendorong terjadinya inovasi dan perkembangan klaster. Bagaimana praktek dominasi dan resistensi di antara pengusaha keramik di Kasongan? Tulisan ini berusaha untuk mendeskripsikan praktek dominasi dan resistensi tersebut dengan menggunakan kerangka konseptual Pierre Bourdieu dan Neil Fligstein. Tulisan ini berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang dilaksanakan pada Bulan September 2011 hingga Bulan April 2012 di Kasongan. Penelitian dilakukan dengan melakukan pengamatan pada proses produksi dan pertemuan-pertemuan di kantor koperasi serta wawancara yang mendalam dengan 49 orang informan.

2. Kerangka Konseptual

Arena merupakan arena yang dinamis karena arena merupakan situs perjuangan dimana para aktor berusaha untuk mempertahankan atau meningkatkan posisinya sesuai dengan modal yang dimilikinya. Dalam arena ekonomi tidak hanya ada perjuangan material tetapi ada juga perjuangan simbolik dan kompetensi secara permanen yang muncul dari individu yang bertujuan untuk mencapai posisi puncak dalam mobilitas ke atas dan menghindari mobilitas ke bawah. Aktor yang menduduki posisi tinggi dalam stratifikasi disebut Bourdieu sebagai aktor dominan dan yang di bawah sebagai penantang, atau sebagai inkumben dan pesaing. Aktor dominan dalam arena produksi keramik sebagai arena produksi budaya skala besar adalah aktor yang menguasai banyak modal budaya dan modal ekonomi sekaligus. Modal budaya berupa kebiasaan, dan keahlian serta kemampuan dalam memproduksi keramik artistik dan kualifikasi pendidikan formal dalam seni keramik. Modal ekonominya merupakan hasil dari akumulasi penjualan (konversi) modal budaya yang

berupa keramik artistik (modal budaya obyektif).

Untuk melihat bagaimana dinamika hubungan aktor dominan dan subordinat atau inkumben dan penantang, Bourdieu menunjukkan tentang bagaimana proses pembentukan dunia sosial. Bourdieu melihat bahwa para aktor berpartisipasi dalam membentuk pandangan dunia sosial lewat kerja representasi. Hal itu dilakukan secara terus-menerus guna menerapkan pandangan dunia mereka atau pandangan posisi mereka terhadap dunia sosial. Kata Bourdieu: "Untuk mengubah dunia orang harus mengubah cara-cara membentuk dunia, yaitu visi dunia dan kerja-kerja praktis dengan mana kelompok dibentuk dan direproduksi." (Bourdieu, 1989, p. 23). Hubungan hubungan kekuasaan obyektif cenderung mereproduksi diri dalam pandangan dunia sosial yang membantu bagi bertahannya hubungan-hubungan tersebut oleh karena prinsip-prinsip dari pembentukan struktur pandangan dunia juga berakar pada struktur obyektif dunia sosial. Karena itu, hubungan-hubungan kekuasaan juga hadir dalam pikiran individu dalam bentuk kategori-kategori persepsi hubungan hubungan tersebut. Namun demikian, pandangan dunia atau visi dunia yang merupakan struktur subyektif juga memiliki potensi untuk membentuk atau merubah struktur obyektif dunia sosial. Hal ini bisa terjadi karena dunia sosial obyektif selalu menunjukkan adanya indeterminasi atau kontigensi. Indeterminasi ini memberikan dasar bagi munculnya sikap pluralitas pandangan dunia. Pluralitas pandangan dunia ini menjadi dasar bagi perjuangan simbolik untuk mendapatkan kekuasaan guna memproduksi dan menerapkan pandangan dunia atau visi yang sah dan yang menghasilkan makna obyek dunia sosial (Bourdieu, 1985, p. 200-201; 1989, p. 20).

Apa yang dimaksud dengan pandangan dunia atau visi yang sah mengenai dunia sosial yang dikemukakan

oleh Bourdieu tersebut sama dengan apa yang dimaksud oleh Fligstein dengan konsepsi kontrol dalam teorinya mengenai arena tindakan strategis. Konsepsi kontrol adalah makna-makna yang dimiliki secara bersama dan aturan-aturan (*rules*) yang berguna untuk memberikan pandangan intersubjektif di antara para aktor mengenai apa yang dimaksud dengan tindakannya. Tindakan-tindakan individu dibangun dan diinterpretasikan atas dasar konsepsi kontrol. Konsepsi kontrol itu merupakan konstruksi kognitif bersama dan digunakan untuk mengontrol interaksi di antara organisasi atau kelompok. Konsepsi kontrol merupakan pandangan dunia dan aturan-aturan untuk mengatur dan menstabilkan tatanan arena (Fligstein *et al*, 1995, p. 6; Fligstein, 1996, p. 658; dan Fligstein, 2008, p. 7). Dalam hubungannya dengan kegiatan ekonomi atau pasar. Fligstein (1996, p. 658) mendefinisikan konsepsi kontrol sebagai : "Menunjuk pada pengertian yang mengatur persepsi mengenai bagaimana pasar bekerja dan yang memungkinkan para aktor untuk menafsirkan dunia mereka dan bertindak mengendalikan situasi. Konsepsi kontrol pada saat yang sama juga merupakan pandangan dunia yang memungkinkan para aktor untuk menafsirkan tindakan aktor lain dan refleksi mengenai bagaimana pasar diatur".

Fligstein menyebut konsepsi kontrol ini sebagai pengetahuan lokal dimana negara harus turut meratifikasi, dan membantu menciptakan atau sekurang-kurangnya tidak menentangnya (Fligstein, 1996, p. 658). Untuk menerapkan visi atau pandangan dunia sosial, atau konsepsi kontrol, para aktor menggunakan modal simbolik yang dimilikinya, berupa modal ekonomi dan modal budaya yang diakui sah oleh warga masyarakat. Dikemukakan Bourdieu bahwa untuk mengubah dunia orang harus mengubah cara membentuk dunia, yaitu visi mengenai dunia dan kerja

kerja praktis dengan mana kelompok kelompok diproduksi dan direproduksi. Kekuatan simbolik yang merupakan kekuatan untuk membentuk kelompok terletak tergantung pada dua syarat: **Pertama**, kekuatan simbolik harus selalu didasarkan pada pemilikan modal simbolik. Kekuatan untuk mengenakan pada pikiran orang lain visi mengenai divisi sosial tersebut tergantung pada otoritas sosial yang diperoleh melalui perjuangan sebelumnya. Modal simbolik tersebut merupakan kredit, yaitu kekuatan yang diberikan kepada orang yang telah mendapat pengakuan yang cukup untuk berada pada posisi mendapat pengakuan dari orang lain. **Kedua**, efikasi simbolik tergantung pada sejauh mana visi yang diusulkan tersebut dibangun di atas suatu realitas (Bourdieu, 1989, p). Dari pandangan Bourdieu tersebut dapat dipahami kalau pengusaha yang dominan yang memiliki banyak modal budaya dan modal ekonomi akan lebih memiliki kemampuan dalam menerapkan visi atau pandangan dunia dalam mengatur arena. Dikatakan Bourdieu :

" Perusahaan dominan biasanya memiliki inisiatif dalam perubahan harga, maupun pengenalan produk baru, dan distribusi serta promosi; perusahaan tersebut mampu mengenakan representasi yang paling sesuai dengan kepentingannya yang berupa gaya permainan dan aturan main yang tepat, dan oleh karena itu partisipasi dalam permainan dan juga pemeliharaan permainan tersebut". (Bourdieu, 2005, p. 79)

Fligstein menunjukkan bagaimana sumberdaya material sangat penting dalam menggalang dukungan dalam membangun konsepsi kontrol. Dikatakan : " Pihak-pihak yang bersaing diharapkan menggunakan kombinasi sumberdaya material, politik dan budaya dalam proses pembentukan konsensus. Di antara ketiga sumberdaya tersebut, sumberdaya materil paling menarik perhatian di antara para sarjana organisasi dan gerakan sosial ... Kita sepakat terhadap peranan

utama yang diberikan pada sumberdaya materil dan akan mengharapkan, semua hal lain sama, sumberdaya yang dimiliki para pesaing yang kaya memberikan pengaruh yang besar terhadap arah dan hasil akhir dari proses pembentukan konsensus". (Fligstein, 1995, p. 9)

Konsepsi kontrol seperti apa dan bagaimana membentuknya merupakan proses yang melibatkan persaingan di antara para aktor atau kelompok, persaingan ikut melibatkan antara aktor dominan (inkumben) dan yang didominasi (penantang). Dalam arena yang stabil aktor dominan akan berusaha untuk mempertahankan konsepsi kontrol karena konsepsi kontrol akan lebih cenderung menguntungkan aktor dominan. Dalam arena yang baru berkembang atau tidak stabil para aktor dominan berusaha mengembangkan konsepsi kontrol. Yang memiliki potensi untuk menerapkan pandangan dunia atau konsepsi kontrol tersebut secara efektif adalah para aktor yang berstatus tinggi dalam stratifikasi, yaitu para aktor dominan atau inkumben. Dalam membangun konsepsi kontrol aktor dominan harus memiliki konsepsi yang lebih luas mengenai dunia (Swidler, 1986). Untuk membangun kesepakatan dan memaksakannya aktor dominan atau aktor strategis harus mampu untuk bertindak melampaui kepentingannya sendiri dan berusaha menemukan definisi mengenai kepentingan bersama (Fligstein, 2008, p. 14). Apa yang dikemukakan oleh Fligstein ini menunjukkan bahwa aktor dominan juga harus memperhatikan keberlanjutan arena secara keseluruhan oleh karena kepentingannya juga tergantung pada keberlanjutan arena. Dalam hubungannya dengan arena produksi budaya skala besar, pandangan Fligstein ini sama dengan pandangan Bourdieu yang mengatakan :

" Kepentingan aktor dominan memang terkait dengan keadaan arena secara keseluruhan, yaitu berupa kesempatan rata-rata untuk mendapatkan keuntungan

yang diberikan oleh arena, yang juga menentukan daya tarik yang arena berikan (jika dibandingkan dengan arena lain). Kepentingannya adalah meningkatkan permintaan, karena dengan itu maka bisa mendapatkan keuntungan yang besar yang sesuai dengan bagian pasarnya ... dengan berusaha menarik pengguna yang baru dari produknya ..." (Bourdieu, 2005, p. 79).

Secara empiris setiap usaha selalu mengembangkan pandangan dunia atau konsepsi kontrol tersebut berupa usaha pengusaha dominan dalam suatu industri keramik untuk menerapkan ide melarang peniruan desain, mengatur organisasi ekonomi (misalnya koperasi) agar sesuai dengan kepentingannya, dan berusaha untuk memajukan klaster industri keramik secara keseluruhan oleh karena adanya ketergantungan para pengusaha dominan terhadap kemajuan klaster. Bourdieu mengemukakan bahwa usaha dominasi oleh aktor dominan selalu disertai dengan resistensi oleh sebagian dari aktor yang didominasi. Dikatakannya :

"..., saya tidak melihat bagaimana hubungan dominasi, apakah material atau simbolik, dapat berlangsung tanpa adanya implikasi, menggerakkan resistensi. Yang didominasi, dalam setiap dunia sosial, selalu dapat mengusahakan kekuatan tertentu, karena masuk dalam suatu arena per definisi berarti bahwa yang didominasi mampu menghasilkan efek dalam arena tersebut." Bourdieu *et al*, 1992, p. 80).

Resistensi dan perjuangan para aktor dalam arena produksi seni keramik bisa dilihat pada proses konversi dari satu bentuk modal menjadi modal lain, misalnya dari modal ekonomi menjadi modal budaya, modal sosial menjadi modal ekonomi, modal ekonomi dan sosial menjadi modal simbolik. Modal ekonomi bisa dikonversi menjadi modal budaya lewat proses sosialisasi informal maupun pendidikan formal. Tetapi hal ini tentu membutuhkan waktu yang lama.

Bisa juga konversi dilakukan dengan mempekerjakan orang yang memiliki modal budaya. Meski bisa mengkonversi modal ekonomi menjadi modal budaya dengan mempekerjakan orang yang memiliki modal budaya tetapi hal ini tidak mudah. Dikatakan Bourdieu :

" Modal *embodied* (baca modal budaya) yang merupakan kekayaan eksternal yang dikonversi menjadi bagian diri seseorang, menjadi habitus, yang tidak dapat ditransmisikan secara langsung ... dengan pemberian atau warisan, pembelian atau pertukaran. Ini berarti bahwa penggunaan atau eksploitasi modal budaya akan memunculkan masalah tertentu bagi pemegang modal ekonomi atau politik, apakah mereka merupakan para patron pribadi atau, pada ekstrim yang lain, pengusaha yang mengerjakan tugas eksekutif yang memiliki kompetensi budaya tertentu,... Bagaimana modal yang begitu terkait dengan orang dapat dibeli tanpa membeli orang tersebut dan juga kehilangan efek legitimasi ... ? Bagaimana modal ini dikonsentrasikan tanpa mengkonsentrasikan para pemilik modalnya, yang dapat menimbulkan segala macam konsekuensi yang tidak diinginkan?" (Bourdieu, 2002, p. 283)

Cara lain yang bisa dilakukan pengusaha yang tidak memiliki banyak modal budaya – dan karena itu tidak bisa menghasilkan desain yang baik – tetapi memiliki cukup modal ekonomi adalah dengan membeli desain atau meniru desain yang sudah ada yang biasanya merupakan buatan pengusaha yang memiliki. Cara lain yang bisa dilakukan pengusaha yang tidak memiliki banyak modal budaya – dan karena itu tidak bisa menghasilkan desain yang baik – tetapi memiliki cukup modal ekonomi adalah dengan membeli desain atau meniru desain yang sudah ada yang biasanya merupakan buatan pengusaha yang memiliki banyak modal budaya. Hal ini sulit dilakukan oleh pengusaha kecil yang sedikit modal ekonominya. Seni populer

tidak bisa memperbaharui teknik dan temanya tanpa meminjam dari seni tinggi (Bourdieu, 1993, p. 129). Kata meminjam yang dikemukakan oleh Bourdieu dalam produksi keramik nampak dalam praktek peniruan desain. Misalnya ditunjukkan oleh keengganan sebagian seniman untuk dekat dengan pengusaha keramik karena kekhawatiran desain buaatannya ditiru oleh perajin (Suharson, 2009, p. 109; Raharjo, 2011, p. 22).

Peniruan ini merupakan salah satu usaha perjuangan pengusaha kecil dalam memperbesar modal ekonomi dengan cara mereproduksi keramik dengan desain tiruan. Hal ini dilakukan dengan mempertahankan atau mengembangkan ide bahwa desain merupakan milik umum sambil menentang ide yang menyatakan bahwa desain merupakan milik individu sebagaimana yang dikembangkan oleh pengusaha dominan. Usaha pengusaha kecil atau subordinat atau penantang selain melakukan peniruan bisa juga dengan mencari celah-celah pasar (*niche*) yang tidak dimasuki oleh para pengusaha dominan. Bagi pengusaha sub-kontrak yang ada di bawah dominasi pengusaha dominan, bisa menolak dominasi dengan menjadi pengusaha mandiri. Pengusaha kecil juga bisa menggunakan organisasi sebagai sarana untuk membangun modal sosial guna mendapatkan atau memperbesar modal ekonomi dan modal simbolik.

3. Dominasi dan Usaha Mempertahankan

Sebagai arena perjuangan maka para pengusaha dalam klaster terlibat dalam proses dominasi, subordinasi dan juga resistensi dalam usaha mereka untuk memperbanyak atau mempertahankan modal yang mereka miliki. Berikut ini dikemukakan bagaimana para pengusaha dominan berusaha mempertahankan praktek dominasi terhadap pengusaha kecil atau sub-ordinat.

Pemilikan modal budaya sangat penting dalam industri seni kerajinan keramik. Modal budaya yang penting adalah kemampuan dan keahlian dalam

proses pembuatan desain keramik artistik dan bisa menarik banyak calon pembeli. Arti penting modal ini nampak pada Prabaswara Keramik (KTFS) dan Natural Look (KFS) yang bisa menduduki posisi dominan dalam klaster industri Kasongan hanya dalam waktu yang relatif singkat. Pentingnya desain keramik ini dinyatakan oleh Hardono, seorang pengusaha KFS. Hal yang sama juga dikatakan oleh Pangestu, pengusaha KTFS, mengenai desain. Melihat demikian pentingnya desain maka beberapa pengusaha ada yang berusaha membuat desain sebulan sekali, tiga bulan sekali dan ada pula yang membuat desain setiap ada kesempatan. Santoso, pengusaha KTFS, yang spesialis dalam pembuatan patung Loroblonjo dan keramik fungsional artistik membuat desain baru setiap tiga bulan sekali. Radite mengatakan bahwa dirinya setiap bulan selalu membuat hal-hal baru. Bagi yang tidak memiliki kemampuan membuat desain mereka berusaha untuk memesan desain pada yang memiliki kemampuan untuk membuatnya. Misalnya, Pangestu sering memesan desain pada seorang sarjana senirupa yang memiliki keahlian dalam membuat patung. Pentingnya desain sebagai penentu dalam majunya usaha keramik nampak pada banyaknya praktek saling meniru desain di antara para pengusaha. Santoso, Radite dan Wibisono termasuk orang-orang yang merasa desainnya banyak ditiru oleh para pengusaha lain.

Untuk bisa menghasilkan desain baru para pengusaha ada yang berusaha membeli buku-buku tentang keramik yang sesuai dengan spesialisasinya. Ada juga yang hanya melihat desain pengusaha lain yang bisa dilihat melalui *website* milik pengusaha lain. Dengan membuka *website* milik pengusaha lain atau buku-buku yang dibeli mereka bisa melakukan modifikasi desain yang dilihatnya supaya nampak baru. Ada juga pengusaha yang mencari desain-desain yang datang dari daerah lain yang di Kasongan belum ada,

misalnya desain dari Bali. Menurut Santoso dirinya secara rutin mendatangi toko buku untuk melihat perkembangan desain. Untuk mendapatkan ide Radite dan Wibisono tidak hanya membuka *website* atau membaca buku tetapi juga mengunjungi pameran keramik di dalam maupun luar negeri. Keduanya tidak hanya nonton pameran tetapi kadang-kadang juga menyeleggarakan pameran di luar negeri. Santoso mengatakan bahwa bagi perajin yang mampu membuat desain, membuat desain bukanlah merupakan hal yang sulit. Hanya dengan merubah sedikit saja maka sudah nampak baru. Hal ini dibenarkan oleh beberapa perajin lain yang memiliki kemampuan dalam membuat desain.

Peniruan desain menimbulkan rasa tidak senang dari beberapa pengusaha yang mampu membuat desain. Terhadap peniruan desain ada pandangan yang berbeda di antara para pengusaha keramik. Para lulusan sekolah seni pada umumnya sepakat untuk tidak saling meniru dalam hal desain. Hal ini erat hubungannya dengan etika yang sudah tersosialisasikan selama dalam proses pendidikan. Mereka merasa malu dengan statusnya sebagai seniman kalau melakukan peniruan. Pengusaha besar umumnya menentang peniruan desain. Pengusaha besar ini bisa membeli desain atau mempekerjakan lulusan sekolah seni dalam pembuatan desain. Sebagian orang yang berpandangan ambigu dimana mereka mengecam peniruan desain tetapi mereka juga melakukan peniruan, dan yang lain berpandangan bahwa peniruan desain merupakan hal yang biasa dan tidak perlu dipermasalahkan. Adanya kekhawatiran terhadap peniruan desain maka di antara para pengusaha Kasongan maka muncul rasa saling curiga antar pengusaha. Hal ini menyebabkan adanya rasa tidak enak bagi seorang pengusaha untuk mengunjungi *showroom* pengusaha lain. Hal ini diungkapkan oleh Pangestu

seorang pengusaha KTFS yang lebih mengkhususkan diri dalam hal pembuatan patung :

" Jadi kita apa, jadi ee, di Kasongan itu ada yang berpikiran kita kalau main ke tempat eee *showroom* lain itu dikirain nyontek atau apa. Gitu. Tapi, buatku saya ndak ini, ndak, ndak terpikir. Memang bener, gitu lho. Memang, kadang-kadang jika dipikir secara logika, memang bener, kadang kadang kita *tak nglirik* (mau melirik). Kalau orang Kasongan itu pinter-pinter semua, *nglirik* itu aja bisa, Pak. *Ngilirik* aja bisa menirukan walau ndak semirip. Gitu lho. Pokoknya bener gitu, wah saya itu bikin ini, bentuk ini, bentuk ini. Bisa gitu lho. Orang Kasongan itu gini, pinter-pinter, pak. Jadi memang ada, *umpamane teko neng perusahane* (umpamanya datang ke perusahaannya) anu. 'Wah, Pangestu *rene, nyonto iki, nyonto iki* (datang ke sini, mencontoh ini). Ya perasaan itu, curiga. Pasti yang curiga itu pasti dia pernah melakukan. Kalau ndak pernah melakukan ya ndak akan curiga. Makanya, gitu lho ". (Wawancara, 14 Januari 2012)

Masalah peniruan desain hingga kini tidak bisa diatasi oleh para pengusaha. Koperasi sebagai wadah utama yang bisa mempertemukan banyak orang ternyata tidak bisa digunakan untuk mengatasi masalah peniruan desain dan persaingan harga. Di Kasongan memang ada banyak sekali desain untuk setiap jenis produk. Banyaknya desain ini mempersulit orang yang merasa ditiru untuk mencari mana desain yang ditirunya. Sangat sulit untuk melacak asal-usul desain tertentu siapa yang membuatnya. Untuk mengadakan kesepakatan tidak saling meniru desain merupakan hal yang sulit untuk dilakukan karena banyaknya pengusaha pemilik *showroom*. Desain sendiri juga mudah dimodifikasi sehingga tidak mudah untuk menuduh pihak lain melakukan peniruan karena modifikasi tersebut. Kesulitan mengatasi soal peniruan desain dirasakan oleh Radite, pengusaha KTFS dengan banyak modal budaya.

Meskipun tidak mudah ada beberapa usaha dalam mengatasi peniruan desain ini. Radite berusaha untuk mereproduksi sebanyak mungkin desain yang dianggap laku sehingga para pengusaha lain tidak sempat melakukan peniruan dan walaupun melakukan peniruan maka pengusaha yang melakukan peniruan tidak memiliki kesempatan mendapatkan keuntungan. Cara lain yang dilakukan oleh pengusaha dalam mencegah peniruan adalah dengan tidak menampilkan semua jenis produk keramik pada *website* untuk iklannya. Namun demikian, bagi yang berminat untuk membeli akan dikirim gambar gambar keramik produknya, ada juga yang melarang para pengunjung *showroom*-nya mengambil gambar-gambar keramik yang dipamerkannya dengan kamera. Santoso berusaha membuat desain dalam bentuk yang lebih kecil sehingga tidak ada orang yang bisa menirunya. Desain baru dibuat lebih besar pada saat ada pemesan yang memesan dalam jumlah yang besar. Pengalaman yang dialami oleh Santoso adalah pada saat desain yang dibuatnya belum lama selesai ternyata di Jalan Kasongan Raya sudah ada ratusan keramik dengan desain yang mirip dengan buatannya.

Radite memiliki pengalaman dalam membuat desain asbak. Desain asbak tersebut ternyata sangat laku sehingga banyak sekali pengusaha yang melakukan peniruan. Itu terjadi pada tahun 90-an. Namun demikian, hingga saat ini asbak tersebut masih juga direproduksi oleh beberapa pengusaha. Salah seorang pengusaha yang penulis tanya mengenai asal-usul desain tersebut tidak bisa menjelaskan asal-usul desain tersebut. Di samping desain yang banyak ditiru juga soal teknik dekorasi dan formula bahan pembuatan keramik. Teknik yang banyak ditiru adalah teknik tempel kaca. Teknik ini berupa guci terakota yang ditemplei pecahan kaca-kaca berukuran $\pm 1 \text{ Cm}^2$ sehingga gucinya

nampak seperti mosaik. Formula yang banyak ditiru adalah formula bahan pembuatan patung DCC. Patung dibuat dengan bahan-bahan yang ringan sehingga menghasilkan patung yang ringan dengan warna yang nampak hitam seperti patung batu. Ada juga ide yang dikemukakan oleh Radite mengenai cara mengatasi peniruan desain yang dirasa sangat merugikan. Dia berusaha untuk mengatasi masalah peniruan ini dengan mengusulkan pembentukan Dewan Lalu lintas Kreativitas (DLLK). Dalam dewan lalu lintas ini terdapat para akademisi, pengusaha dan pemerintah. Dengan cara ini diusulkan agar para pemilik desain diberikan *royalti* atas hasil karyanya. Usulan dikemukakan di Asmindo tetapi tersebut belum mendapat tanggapan. Ide Radite berasal dari pengalaman di Vietnam dimana pemerintah memfasilitasi dalam mengatur hubungan desainer dengan pengusaha kerajinan. Dalam hal ini desainer mendapat *royalti* atas desain yang dibuatnya sedangkan pengusaha mendapatkan keuntungan dengan memproduksi barang dengan desain yang dianggap laku di pasar lewat tes pasar.

Ketakutan terhadap peniruan desain menyebabkan orang ragu-ragu dalam menciptakan desain-desain baru yang inovatif dan kreatif. Hal ini menghambat kemajuan klaster industri Kasongan dan kalah bersaing dengan pesaing-pesaing lain yang ada ada di dalam dan luar negeri. Hal ini membahayakan posisi Kasongan sebagai klaster industri kerajinan keramik. Hal ini tidak disadari oleh para pengusaha di Kasongan. Perkri (Persatuan Perajin Kecil Rakyat Indonesia) adalah salah satu organisasi yang berusaha mengatasi peniruan desain dengan menerapkan ide yang dikemukakan Radite. Perkri adalah sebuah koperasi yang memusatkan pada pemberdayaan perajin kecil yang para anggotanya tersebar di seluruh wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah. Dalam kegiatannya Perkri menerapkan prinsip

prinsip perdagangan yang adil (*fair-trade*), bukan perdagangan bebas (*free-trade*). Dalam kegiatannya Perkri melaksanakan kegiatan intervensi berupa *capacity building* (CB), dan *community development* (CD) serta membantu para perajin kecil dalam mengekspor produknya ke luar negeri. Peniruan desain merupakan salah satu bentuk pelanggaran terhadap prinsip *fair-trade* dimana Perkri berusaha untuk mengatasinya. Anggota Perkri diikat dengan aturan untuk tidak saling meniru desain di antara para anggotanya. Perkri juga membuat aturan bahwa para anggota yang membuat keramik (dan kerajinan jenis lain) dengan desain orang lain dalam kelompok binaan Perkri diwajibkan untuk memberikan *royalti* kepada pemilik desain. Perkri juga membantu mempromosikan desain tersebut kepada para pembeli di luar negeri. Jika terjadi kontrak maka Perkri mengharuskan jika pemilik desain tersebut tidak mampu untuk memproduksi sebanyak yang disepakati dalam kontrak maka pemilik desain tersebut diwajibkan untuk memberikan pekerjaan kepada para anggota kelompok yang lain dan anggota yang membuat keramik tersebut untuk memberikan sebagian dari keuntungan kepada pemilik desain yang memberikan pekerjaan. Perkri berusaha melakukan kontrol secara administratif pada para anggotanya yang mengekspor produknya. Setiap produk yang dimintakan bantuan oleh para anggota pada Perkri untuk diekspor akan lebih dulu diverifikasi untuk membuktikan bahwa produk tersebut desainnya bukan desain yang dibuat oleh orang lain yang merupakan anggota Perkri.

4. Resistensi Terhadap Praktik Dominasi

Terdapat beberapa cara bagaimana pengusaha kecil atau subordinat berusaha melakukan resistensi atau menghindari praktik dominasi, yaitu menentang ide bahwa desain merupakan hak milik pribadi, membangun usaha dan jaringan transaksi di luar klaster. Berikut

ini akan diuraikan bagaimana usaha resistensi para pengusaha kecil terhadap praktek dominasi tersebut.

Usaha resistensi terhadap pengusaha dominan untuk melindungi tindakan peniruan desain tidak hanya dilakukan oleh pengusaha kecil tetapi juga oleh pengusaha yang cukup besar. Resistensi mereka dilakukan dengan mengabaikan ide tentang pemberian *royalty* terhadap pemilik atau pembuat desain. Mereka tetap berpandangan bahwa desain merupakan milik bersama dimana semua orang boleh meniru. Mereka tetap terus melakukan peniruan karena peniruan tetap sulit dikontrol oleh pengusaha atau pembuat desain. Hal ini dapat dilihat pada banyaknya keramik dengan desain yang sama dari sisi teknik dekorasi *finishing*.

Banyaknya pengusaha yang bersikap seperti ini merupakan tantangan bagi Radite serta pengusaha KFS dan KTFS lain, yang mampu membuat atau membeli desain, dalam usaha mereka untuk menyatakan bahwa desain merupakan hak milik pribadi dan perlunya pemberian *royalty* kepada pemilik desain oleh pengusaha lain yang mereproduksinya. Peniruan tidak hanya dilakukan terhadap desain tetapi juga terhadap formula pembuatan patung. Formula pembuatan patung DCC yang dikembangkan oleh Radite dan rekannya secara terang terangan ini juga ditiru oleh pengusaha lain. Pengusaha yang meniru tersebut termasuk pengusaha besar dengan pekerja lebih dari 50 orang dan banyak mendapat pesanan dari luar negeri. Yang secara mencolok meniru desain Radite ini justru pemilik *showroom* yang letaknya tepat di sebelah timur *showroom* milik Radite. Dikatakan menyolok oleh karena *showroom* tersebut menspesialisasikan diri pada penjualan keramik dengan teknik dekorasi tempel kaca yang idenya berasal dari Radite.

Di antara mereka yang mencoba mengatasi atau mengurangi dominasi adalah dengan cara mengundurkan diri dari pekerjaannya pada pengusaha dan

mengembangkan usahanya sendiri. Resistensi dengan cara ini umum ditemui di Kasongan. Resistensi ini dilakukan kalau pekerja sudah cukup modal budaya, modal sosial dan modal ekonomi. Modal budaya yang penting adalah pengetahuan dalam proses produksi keramik. Modal sosial yang penting adalah dimilikinya jaringan dengan para pemasok bahan baku dan calon pembeli potensialnya. Di antara pekerja yang menjadi pengusaha adalah Budianto, pengusaha KTK. Dia mengatakan sebagai berikut :

Terus saya sudah punya, pokoknya pengalaman kerja. Pengalaman kerja kurang lebih ya sudah mengerti. Caranya sudah tahu, terus saya membakar, tukang membakar gerabah. Ternyata sudah pengalaman kerja dua tahun. Tapi kerja saya hasilnya semuanya bagus. Apa-apa bagus. Terus saya wah kalau ikut orang terus kok merasa lelah terus. Pikiran lelah, badannya lelah. Terus saya kerja sama dengan orang Brebes itu, tukang muter itu." (Wawancara, 29 Desember 2011)

Budianto sebelum menjadi pengusaha bekerja sebagai pekerja yang khusus yaitu melakukan kerja pembakaran keramik terakota. Proses pembakaran merupakan proses yang menuntut keahlian tersendiri. Tidak semua pekerja keramik bisa melakukan pembakaran dengan hasil yang baik. Di samping itu dia juga sebagai pekerja borongan bidang pengepakan dan *stuffing*. Pengalaman kerjanya tersebut memungkinkan punya banyak kenalan dengan calon pembeli keramik terakota dan para pekerja pembuat keramik terakota. Cara yang sama juga dilakukan oleh Pangestu yang membentuk usaha sendiri. Pada saat ini dia menjadi pengusaha KTFS. Dulu Pangestu bekerja pada Prabaswara Keramik bagian kendali mutu atau kontrol kualitas. Sementara dia bekerja pada perusahaan tersebut istrinya telah membuka usaha *showroom* dengan spesialisasi keramik kecil-kecilan

di tepi jalan di Kalipucang. *Showroom* tersebut disewanya dari penduduk setempat. Pada saat setelah bekerja dia bekerja juga di rumah dengan membuat keramik atau mencari produk keramik untuk dijual di *showroom*-nya sendiri. Melihat adanya kesempatan membuka usaha *showroom* sendiri yang lebih besar di Jalan Raya Kasongan sebelah timur jembatan di tempat yang cukup strategis. Tempat tersebut disewa dengan menggunakan uang pinjaman dari Bank BRI. Tanah yang disewa tersebut kemudian digunakan untuk mendirikan *showroom* dengan biaya sendiri. Dia mengkhhususkan diri ada pembuatan patung dan guci-guci kecil.

Keberanian membuka usaha sendiri tersebut tidak lepas dari pengalamannya pada saat dirinya bekerja di Prabaswara keramik. Sebagai pekerja pada bagian kontrol kualitas dimana dia mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana kualitas keramik yang baik dan bagaimana keinginan dari para konsumen. Apa yang didapat dari Prabaswara keramik nampaknya juga diterapkan dalam proses produksi di bengkel kerjanya. Misalnya, dia menggunakan istilah revisi. Revisi adalah perbaikan pada keramik yang rusak dan masih dapat diperbaiki. Rusaknya keramik tentu diketahui oleh bagian kontrol kualitas. Di bengkel kerjanya, dia menempatkan pekerjanya untuk melakukan pengawasan kualitas pada produknya dan dilakukan perbaikan atau revisi jika memungkinkan. Dia memiliki kemauan yang besar untuk maju dan keberanian yang cukup tinggi untuk berspekulasi dalam mendirikan usaha dengan cara pinjam uang di Bank BRI. Menurutnya, banyak pengusaha yang tidak mau mengambil kredit di bank meskipun ada kesempatan untuk itu. Dia memanfaatkan kesempatan mendapatkan kredit dengan menggunakan sebidang tanah miliknya untuk menjadi jaminan. Ketaatannya dalam mengembalikan kredit membuatnya diberi kesempatan untuk

mengambil kredit lagi. Dia merasa mengalami peningkatan dalam berusaha. Dia juga terus menerus mendapat tawaran untuk mengambil kredit lagi. Hal ini membuatnya merasa bangga karena mendapat pengakuan sebagai pengusaha yang baik. Usahanya untuk mendapat pengakuan juga ditunjukkannya dengan dipercayanya dia sebagai wakil ketua dalam organisasi klaster industri keramik yang dibentuk dalam program OVOP (one village one product). Dengan menjadi wakil ketua dia bisa berhubungan dengan beberapa pengusaha di Kasongan.

Triana Keramik semula merupakan unit usaha KF yang kemudian menjadi sub-kontraktor pada Prabaswara Keramik dan kemudian menjadi unit usaha KFS. Setelah keluar dari kerjanya di pabrik di Tangerang pada saat krisis moneter 1997-1998, Marsudi, pemiliknya, berusaha dalam pembuatan sablon di rumahnya di Banguntapan, Bantul. Dia dikenalkan oleh temannya dengan pimpinan Prabaswara Keramik. Dia diajak untuk berbicara mengenai desain serta menunjukkan desain-desain yang telah dibuatnya. Karena desain-desain yang dibuatnya dianggap baik maka dia diajak untuk bekerjasama menjadi sub-kontraktor dari Prabaswara Keramik. Dalam kesepakatan ditentukan bahwa keramik-keramik dengan desain-desain yang dibuat untuk Prabaswara Keramik tidak boleh dijual kepada pihak lain atau *buyer* lain. Dalam perkembangannya ada *buyer* yang mendatangi langsung ke Marsudi. *Buyer* tersebut akhirnya sepakat dengan desain yang dibuat Marsudi. Namun karena keramik yang dijual kepada *buyer* tersebut memiliki kemiripan dengan desain keramik yang dibuat untuk Prabaswara Keramik, maka pimpinan Prabaswara Keramik memutuskan hubungan sub-kontraknya. Akhirnya, dia membuat usaha sendiri setelah lepas dari Prabaswara Keramik. Menurut Marsudi menjadi sub-kontrak Prabaswara Keramik sebenarnya cukup menguntungkan

karena adanya kepastian pasar dan produk keramik yang dibuatnya cukup lancar penjualannya. Hal ini tidak mengherankan oleh karena Prabaswara Keramik sudah punya nama di Kasongan dan harga jual keramiknya lebih tinggi daripada harga jual keramik pada pengusaha lain. Untuk menjalankan usahanya, Marsudi menyewa tempat untuk membuat *showroom* sendiri guna memamerkan produk keramiknya agar bisa menjadi pengusaha yang mandiri. Pada awalnya modal ekonominya didapat dengan pinjaman bank. Pada saat penulis wawancarai dia sedang menyelesaikan pesanan keramik dari pembeli dari Argentina dan Australia. Pengusaha yang tidak memiliki modal ekonomi cukup akan mengalami kesulitan karena pembayaran pesanan diberikan secara keseluruhan kalau pengiriman barang sudah dilakukan.

Usaha untuk menghindari dominasi pengusaha besar oleh pengusaha kecil juga dilakukan oleh beberapa pengusaha yang tinggal di dalam pedusunan. Para pengusaha yang tinggal di dalam pedusunan tidak bisa menjual keramiknya sendiri di Kasongan karena para pembeli pada saat ini sudah enggan untuk masuk ke dalam dusun-dusun. Pembeli yang masuk adalah mereka yang berusaha mengecek kemampuan para pengusaha pemilik *showroom* di bengkel kerja mereka. Para pengusaha ini jauh dari akses pasar. Jika tidak mau tergantung pada pemilik *showroom* maka mereka harus mencari pasar sendiri di luar Kasongan ataupun menjadi pengusaha keramik terakota yang tidak membutuhkan *showroom*. Mastuti adalah pengusaha keramik *finishing* (KF) tinggal di Dusun Tirta. Sebelumnya Mastuti membuka *showroom* di Jalan Raya Kasongan. Akan tetapi ketika terjadi bencana gempa bumi yang melanda Kasongan menyebabkan dirinya kehilangan pelanggannya. Oleh karena kehilangan langganannya maka dia terpaksa harus mencari jalan lain untuk

tidak tergantung pada pemilik *showroom* yang lain. Dia berusaha untuk mencari celah-celah pasar lain di luar Kasongan yang belum dimasuki oleh pengusaha Kasongan dan mendapatkan pasarnya yang baru di pameran-pameran yang ada di seluruh Jawa Tengah. Dia banyak mendapatkan informasi dari teman jaringannya yang terdiri dari para pedagang yang juga memanfaatkan pameran sebagai sarana menjual barang dagangannya.

5. Kesimpulan

Terdapat praktek dominasi dan resistensi di antara para pengusaha keramik di Kasongan. Praktek dominasi dilakukan pengusaha papan atas terhadap pengusaha di bawahnya yang berusaha untuk bisa mengembangkan usahanya. Resistensi dilakukan oleh pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya terhadap dominasi pengusaha papan atas. Dominasi dilakukan oleh pengusaha papan atas dengan cara menciptakan desain-desain baru yang memungkinkan mereka untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah-ubah selernya. Mereka juga berusaha mempertahankan dominasinya pada stratifikasi pengusaha dengan melarang para pengusaha lain untuk meniru desain-desain buatan atau milik mereka. Usaha melarang praktek peniruan desain mengalami kesulitan karena sulitnya untuk mengawasi dan memberi sanksi pada para penirunya. Resistensi terus dilakukan oleh para pengusaha atau perajin dengan terus melakukan praktek peniruan, dalam upaya mengembangkan usaha sendiri, serta membebaskan diri dari posisi sebagai pengusaha sub-kontraktor, dan berusaha mengembangkan pasar sendiri dengan mencari celah-celah pasar di luar klaster industri Kasongan.

BACAAN :

Bourdieu, Pierre, 1985, "the Social Space and the Genesis of Groups" dalam

- Social Science Information*, Vol. 24, No. 2, 195-220.
- , 1989, "Social Space and Symbolic Power", dalam *Sociological Theory*, Vol. 7, No. 1, 14-25.
- Dan Loic J.D. Wacquant, 1992, *An Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago: the University of Chicago Press.
- , 1993, *the Field of Cultural Production*, Columbia: Columbi University Press.
 - , 2002, "Forms of Capital," dalam *Economic Sociology*, Nicole Woosley Biggart (Ed.), Chicago: the University of Chicago Press.
 - , 2005, "Principles of Economic Anthropology," dalam *the Handbook of Economic Sociology*, Neil J. Smelser (Eds.), Princeton: Princeton University Press.
- Fligstein, Neil dan Doug McAdam, 1995, "A Political-Cultural Approachs to the Problem of Strategic Action", *Paper*, Departement of Sociology, University of California dan Department of Sociology, University of Arizona.
- , 1996, "Market as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions" dalam *American Sociological Review*, Vol. 81. No. 4.
 - , 2008, "Theory and Methods for the Study of Strategic Action Fields", *Paper*, Department of Sociology, University of California.
- Raharjo, Timbul, 2011, *Seni Kriya dan Kerajinan*, Yogyakarta: Program Pascasarjana, ISI, Yogyakarta.
- Suharson, Arief, 2009, "Estetika Keramik Loro Blonyo Masa Kini" dalam *Lanskap Tradisi, Praksis Kriya, dan Desain*, (Suwarno Wiswtrotomo (Ed.), Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.